

А. Оськин: «Подписка на прессу как оружие в информационной войне»



Александр Оськин

Информационная война в современных условиях достаточно разнообразна, но имеет ограниченное число целей, главная из которых – дискредитация противника и подрыв доверия у населения к властям.

В настоящее время Запад с широким фронтом развернул агрессивную информационную войну против нас, не гнушаясь многочисленными фейками в интернете и недостоверными публикациями в своих СМИ.

Наша сторона развернула ответные действия по всему информационному фронту.

В этой связи большую позитивную роль может сыграть наше традиционное информационное оружие – подписка на газеты и журналы. Пресса в настоящее время публикует профессиональные достоверные сведения, аналитику и актуальные материалы, дающие населению реальное и объективное представление о текущих событиях. В этих условиях подписка, которая доставляется Почтой России по квартирам и офисам, является эффективным инструментом в идеологической борьбе.

6 июня в стране началась декада подписки на прессу, в ходе которой на треть всех наших периодических изданий, включённых в подписной каталог, будут предоставляться скидки до 30%. Это важно, но недостаточно. **Подписная цена на прессу, на мой взгляд, является неоправданно высокой**, создающей экономические барьеры между печатными СМИ и населением. Мы являемся единственной страной в мире, где подписка дороже розницы. Несколько лет назад у нас были ликвидированы госсубсидии на доставку подписных изданий гражданам. С учётом гигантского размера нашего государства доставка подписки стоит дорого и стала неподъёмной для значительной части населения, особенно для проживающих в сельских и отдалённых районах страны. Добавлю к сказанному для контраста, что в США, к примеру, которые не являются бедной страной, 80% всех тиражей газет и журналов распространяются по подписке, на которые Вашингтон выделяет многомиллионные долларовые субсидии. И поэтому подписка на прессу в США значительно дешевле розницы. Нам было бы также важно решить эту задачу у себя в стране и обеспечить государственное финансирование доставки прессы населению, как это было у нас многие годы в прошлом. Хочу напомнить, что в начале прошлого века товарищ Ленин и вся большевистская партия для проведения эффективной информационной работы с населением не только стали выпускать газету «Искра», но обеспечили её бесплатную доставку по городам и весям России. И на эту работу выделялись необходимые средства.

В современных условиях при наличии неконтролируемых и часто ложных информационных каналов в интернете печатные СМИ могли бы составить эффективную и достойную конкуренцию и главное – побеждать в борьбе с идеологическим противником. Поэтому очень важно в современных условиях реализовать принцип: «Подписку на прессу – в каждый дом!»



А.В.Оськин